

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
43.03.03 Гостиничное дело,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Поведение потребителей

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Управление гостиничным бизнесом

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является формирование у обучающихся способности научно обоснованного изучения потребительского поведения на рынках и использованию его результатов для принятия управленческих решений.

Задачами дисциплины являются:

формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей (хозяйствующих субъектов и физических лиц),

интерпретировать действия экономических субъектов;

использовать полученные данные для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и производственных решений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

ПК-2 - Способен организовывать процесс оказания услуг и разрабатывать технологии процесса обслуживания в отдельных сферах сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителей и применением клиентоориентированных технологий.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

методы анализа экономического поведения потребителей на рынке, факторы и мотивы, определяющие потребительский выбор на рынке.

Владеть:

навыками анализа поведения потребителей на рынках, навыками подготовки аналитических материалов и принятия решений по развитию бизнеса и управлению спросом на основе данных анализа потребительского поведения

Уметь:

структурировать группы потребителей и прогнозировать потребительское поведение при помощи методов экономического анализа, проводить анализ потребительского поведения.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов		
	Всего	Семестр	
		№5	№6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	16	16	0
В том числе:			
Занятия лекционного типа	6	6	0
Занятия семинарского типа	10	10	0

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 128 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	1. Потребители, их поведение и маркетинг 1.1.Определение и характеристика потребителей. 1.2.Особенности поведения потребителей на рынке. 1.3. Процесс принятия решения потребителями
2	2. Индивидуальное потребительское поведение 2.1.Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Глобальные рынки; кросс-культурные вариации в поведении потребителей. 2.2.Социальная стратификация; социальный статус. Группы и групповые коммуникации. Домохозяйство и семья. 2.3 Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Обучение, память и позиционирование продукта.Мотивация, личность и эмоции.Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение.
3	3. Организационное потребительское поведение 3.1 Поведение потребителей: организации и общество. Организационное покупательское поведение.3.2.Консьюмеризм, этика и социальная политика.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	1. 1.Определение и характеристика потребителей. Особенности поведения потребителей на рынке. 2.Ситуационные факторы в принятии покупательских решений. Процесс потребительских решений. Осознание потребности и информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Процессы после покупки
2	2. 1. Глобальные рынки; кросс-культурные вариации в поведении потребителей. Социальная стратификация; социальный статус. 2. Группы и групповые коммуникации. Домохозяйство и семья. 3. Восприятие. Обучение, память и позиционирование продукта. Мотивация, личность и эмоции. 4.Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение.
3	3. 1.Организационное покупательское поведение. 2.Консьюмеризм, этика и социальная политика.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям. Работа с лекционным материалом. Работа с литературой.
2	Подготовка к промежуточной аттестации.
3	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое	Место доступа

/ п	описание	
1	Социология потребления Ильин, В. И. Учебник М.:ЮРАЙТ, 2021	НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС ЮРАЙТ, URL: https://urait.ru/bcode/472340
2	Поведение потребителей Быкова А. В., Овчинникова Л. И. Учебное пособие МИРЭА - Российский технологический университет, 2020	НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/search?query=%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9
1	Маркетинг Реброва, Н. П. Учебник М.:ЮР	НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС ЮРАЙТ, URL: https://urait.ru/bcode/450528

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

Е.А. Иванова

Согласовано:

Заведующий кафедрой СТ

И.В. Федякин

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян